

10 Ansätze,

Warum Produkte

zu empfehlen

ein **MUSS** ist

von **Raphaela Kirschnick**

Es ist wirklich kein neues Thema und wird immer wieder diskutiert, gefördert, gelehrt und beworben. Ein salon-alltägliches Thema und gerade deshalb so wichtig. Die **Kundenberatung** ist eines der wichtigsten Elemente des Friseur-Handwerks und ein wesentlicher Bestandteil davon ist die Empfehlung qualifizierter Produkte.

Empfehlen von Produkten wird gemeinhin auf den Begriff „Verkaufen“ reduziert und geht häufig einher mit dem Satz: „Ich bin FriseurIn und nicht VerkäuferIn“. Als ob man den Haarschnitt oder die neue Strähnenteknik nicht verkauft!

Für die meisten Friseure fängt die Arbeit leider erst an, wenn die Kundin bereits im Stuhl sitzt und hört exakt dann auf, wenn dieselbe aufsteht? Aus den Augen aus dem Sinn. Aber hält das den Anforderungen des 20. Jahrhunderts stand? Ist in Zeiten, in denen der Konkurrenzdruck immer größer wird, nicht **Profilierung** gefragt?

Verkaufszahlen liegen im Österreich Durchschnitt bei 6-7%. Das ist niederschmetternd. Vor allem, wenn man weiß, dass es Salons gibt, die bis zu 20% Produktverkauf erreichen. Und in Amerika gehören Produktempfehlungen zum Beruf dazu wie die Schere.

Wird das Jahr 2006 den Umbruch bringen? Wird vielleicht ein Umdenken stattfinden und der wunderbare Beruf des Friseurs ganzheitlicher betrachtet? Ich wünsche es der Branche und unseren Kunden, die soviel mehr verdienen als schöne Schnitte und tolle Farben, nämlich jeden Tag gepflegtes Haar, die perfekten Produkte fürs Styling zuhause und ein Gefühl der Sicherheit den richtigen Ansprechpartner in Sachen Haar an ihrer Seite zu wissen. Nachfolgend finden Sie einige erste Ansatzpunkte:

Wie wollen wir das Kind nennen...?

Es besteht kein Zweifel, das Wort Verkaufen ist negativ besetzt. Also nennen wir es ‚beraten‘ oder ‚empfehlen‘. Verbannen Sie das Wort ‚verkaufen‘ aus Ihrem Wortschatz und geben Sie dadurch Ihren Mitarbeitern ein positives Gefühl. Gleichzeitig nehmen Sie den Druck und erleichtern den Einstieg.

Wer ist denn hier das Vorbild ...?

Leider ist immer wieder festzustellen, dass die Chefs und Chefinnen selbst von der Produkt-Beratung nicht sonderlich überzeugt sind. Mit dieser Einstellung ist natürlich das Unterfangen von vornherein zum Scheitern verurteilt. Sie als Chef sollten als gutes Beispiel vorangehen und Ihre Mitarbeiter entsprechend führen.

Glauben heißt nichts wissen...!

Meinte neulich eine Friseurin auf meine Frage, was denn nun an der Pflege so besonders sei, nur: „ÄH, ich glaube die Inhaltsstoffe“. Was soll das denn heißen? Üben Sie mit Ihrem Team Rhetorik und checken Sie das Produktwissen. Regelmäßige Produktschulungen gehören genauso ins Programm wie fachliche Seminare.



Foto: Elle Machietto della Rossa



Fotos: Salon Herold



Warum die Kunden entmündigen ...?

Eigentlich ist es ja traurig. Wir setzen voraus (ohne zu fragen), dass die Kundin die Produkte ja eh nicht kaufen will. Dabei ist die Begründung häufig die, dass sie ja eh schon so viel für die Dienstleistung zu bezahlen hat. Sie geht definitiv woanders hin. ABER: Bekommt sie dort einen fachmännischen Rat? Beahlt Sie dort weniger? Erhält Sie dort die richtigen Styling Produkte für die von Ihnen geschnittene Frisur? Denken sie daran, die Kundin hat einen Willen und kann selbst entscheiden.

Wer verkauft denn das Richtige Produkt ...?

Wenn der Friseur dafür nicht verantwortlich ist? Wer denn dann – Drogerie- oder Supermärkte? Bei Kunden-Umfragen gibt es übrigens immer wieder Kunden/innen, die berichten, dass sie zum Friseurfachhandel gehen, weil Sie dort von Fachpersonal beraten werden.

Lohnt es sich ...?

Stellen Sie sich vor in Zukunft gibt es nach dem leckeren Essen im Lieblingsrestaurant keinen Kaffee mehr, gestrichen, weil die EUR 2,00 pro Tasse nichts bringen und man ja Restaurant und nicht Cafe ist. Unvorstellbar? Genau! Ob sich etwas lohnt, kann man leider nicht immer sofort in Zahlen messen. Aber zufriedener Kunden wirken sich langfristig positiv auf Ihre Bilanzen aus.

Nutzen Sie die Unterstützung der Industrie...?

Gerne wird sich zurückgelehnt und die Verantwortung in die Hände der Industrie gelegt. Sollen die sich Gedanken machen oder mehr Werben. Nun ganz so einfach ist es nicht. Jeder hat sein dazutun. Zum Beispiel gibt es Probepackungen, das beste Mittel für einen erfolgreichen Start in punkto Empfehlen. Viele Salons verstecken diese bis es die dazugehörigen Original-Produkte nicht mehr gibt. Ganz Gewiefte verwenden die Proben für die Dienstleistung, spart Geld. Diese Zweckentfremdung ist nicht besonders schlau. Probepäckchen sind ihr bester Begleiter auf dem Weg der Produktempfehlung. Ein schöner erster Schritt, denn in diesem Moment steht die reine Produktempfehlung im Vordergrund und nicht der Verkauf.

Aller Anfang ist schwer...!

Haben Sie sich entschlossen Ihren Fokus zu verstärken, dann ist das Wichtigste, dass sie bei sich selbst anfangen. Nur wenn Sie das Einmal-Eins des Beratens beherrschen, können Sie es Ihrem Team vermitteln. Haben Sie eine tolle Warenpräsentation? Haben Sie Proben? Kennt Ihr Team die Produkte? Bedenken Sie, alle Maßnahmen sind nur so gut, wie der motivierte und geübte Mitarbeiter selbst. Planen Sie Schulungen im Team, lassen Sie ihre Mitarbeiter monatlich ein Produkt nach Hause mitnehmen, zur Selbstanwendung und zum testen. Legen Sie die Basis und folgen Sie den 3 K's...

Konstant... Konsequent... Kontrolliert...!

Halten Sie den neuen Fokus **Konstant** aufrecht. Ein nachhaltiger Erfolg wird erst nach einiger Zeit einsetzen und je **konsequenter** die Umsetzung desto größer die Leistungsbereitschaft im Team. Sprechen Sie regelmäßig mit Ihrem Team und tauschen Sie Erfahrungen aus. Und Setzen Sie Ziele, die Sie regelmäßig **kontrollieren**. Beginnen Sie mit kleinen Zielen, die Sie dann konstant anheben.

Die Zufriedene Kundin...?

Eine Kundin fühlt sich dort in guten Händen, wo sie das Gefühl hat, dass man sich um sie bemüht. Sie müssen kein Verkäufer werden um ein guter Friseur zu sein. Aber wenn Sie Ihre Kunden umfangreich beraten, werden Sie ein besserer Friseur sein.

In diesem Sinn wünsche ich Ihnen einen wunderbaren Auftakt für das Jahr 2006 und viele spannende Erfahrungen im Salonalltag.



Raphaela Kirschnick ist Gründerin und Geschäftsführerin von ‚Vivid Consulting‘.

Benötigen Sie kreative Ideen und neue Konzepte für Ihren Salon, dann kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches und kostenloses Beratungsgespräch!

Vivid Consulting, 1040 Wien, Argentinierstr. 54/ 23,

E-Mail info@vividconsulting.com, Fon 0676/ 780 8177

